媒介融合视域下广播新闻传播创新发展分析

王晓冰
（郑州广播电视台，河南 郑州 450018）

摘 要：随着近年来网络与新媒体技术的飞速发展，媒介融合已经成为媒介发展的必然趋势。在媒介融合的背景下，我国的广播新闻正面临着全新的机遇与挑战。在媒介融合视域下实现广播新闻传播的创新发展，是现阶段必须重视的问题。

关键词：媒介融合；广播新闻；互联网音频平台；音频新闻 **中图分类号：**G632 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）05-032-03 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.05.007
本文著录格式：王晓冰．媒介融合视域下广播新闻传播创新发展分析 [J]. 中国传媒科技，2022（05）：32-34.

近年来，广播新闻的收听率在网络与新媒体技术的冲击下，受到了一定的影响。在新时期，广播新闻的工作人员要重视媒介融合的特点，利用网络与新媒体技术，提升广播新闻传播的效率，推进广播新闻节目类型的丰富化和多样化发展，使广播新闻的时效性与互动性提升，满足新时期广播新闻受众的多样化需求。

1. 广播新闻传播现状

1.1 传统媒体与多样化音频新闻媒介形式的融合

媒介融合视域下，传统媒体都在积极地转型，寻求多样化的音频新闻形式。现阶段，在智能手机端已经形成了几个规模较大的互联网音频平台，如喜马拉雅 FM、蜻蜓 FM、荔枝 FM 等。这些互联网音频平台的内容十分丰富，不仅设立了新媒体内容，还邀请了大量的传统媒体、地方媒体入驻。现阶段，不仅是人民日报、央视新闻等传统媒体入驻了互联网平台，互联网音频平台还积极与南方都市报、辽沈晚报等地方媒体合作，共同推进传统媒体与多样化媒介形式的融合。

媒介融合视域下，广播新闻传播受到了巨大的挑战，同时也面临着全新的机遇。但在发展的过程中，广播新闻媒体应该始终意识到，受众作为其生存、发展与转型的基础，对其自身的融合与发展有着重要的意义。在发展的过程中不能丢弃以往的稳定受众，而是应该根据已有稳定受众的特点，通过多样化的媒介形式，为用户提供更丰富的信息，获取更多的用户。[1]

1.2 媒介融合视域下新媒体音频新闻飞速发展

凭借着互联网与新媒体技术的发展，各大音频平台的听众数量逐年递增。现阶段，我国的在线音频用户已经达到了一个非常高的数值。截至 2020 年，我国的在线音频用户已经达到了接近 5.5 亿人。[2] 之所以我国的音频用户能够呈现这样的增长趋势，有四方面原因。一是因为互联网与新媒体技术的普及，我国智能终端持有者的数量逐年递增，在线音频用户的基数得以提升。二是因为互联网音频行业的激烈竞争使得广播新闻得到了飞速的传播与普及，在互联网各大新媒体平台上，都能发现音频新闻信息的存在；三是因为我国潜在的广播新闻用户数量大，以往的广播新闻收听难度较大，不利于广播新闻的传播，但随着互联网与新媒体技术的发展，许多潜在用户在看到相应的宣传后，发现现阶段收听广播新闻的成本较低，这部分潜在用户得到开发；四是因为融媒体时代下，各大传统媒体与新媒体平台积极拓展音频形态，丰富音频内容，满足了用户的多样化广播新闻需求。

1.3 广播新闻传播市场日益扩大

广播新闻传播市场随着网络与新媒体技术的发展，并没有走向衰落，而是以一种全新的方式呈现在人们眼前。车载场景和智能终端作为现阶段广播新闻传播的两个全新市场，需引起重视。在行车的过程中，视频媒体无法发挥其优势，音频媒体起到了重要的陪伴作用。广播新闻传播中，汽车用户占据了很大一部分比重。汽车平台、互联网音频平台、传统媒体也越来越重视广播新闻的升级与改进，为汽车用户打造更好的广播新闻收听体验。智能终端也是新时期广播新闻传播的重要市场，随着人工智能技术的发展，智能语音技术在我国已经实现了普及。[3] 以家用的智能音箱为例，现阶段用户要是想收听广播新闻，只需要对智能音箱说出指令即可；在早间新闻的播报上，智能音箱还可以实现早间新闻与闹钟的无缝衔接，早上用户没有充分的时间去观看电视新闻，广播新闻则能够通过音频的形式，结合智能终端，在用户起床、洗漱、穿衣、吃早餐的间隙实现同步广播新闻传播，拓宽了广播新闻的传播市场。

2. 媒介融合视域下广播新闻传播存在的问题

2.1 内容问题

地方电台在播放广播新闻节目时，会选择新闻资讯、文化、音乐等不同类型的栏目，有着较广的覆盖面，丰富的传播内容。但是却得不到用户的支持与喜爱，这主要是因为在广播新闻内容上还存在着较多问题，需要加以升级优化。电台在制作广播新闻节目时，通常因为其

内容的特殊性，在包装上会较为保守，因此内容具有一定的局限性。在新时期，广播新闻媒体必须突破传统媒体的内容，从专业化、灵活性的角度入手对内容进行改革，才能推进广播新闻传播的进步。

2.1.1　内容与频道定位不符

以往的广播新闻普遍存在着信息匮乏的问题，但是在媒介融合的背景下，信息已经呈现出过载趋势。因此，广播新闻在内容上的选择上，也要注重差异化。节目与节目之间要有区分度，重视节目内容的本土化，确保选择内容能够与节目定位相符合。例如，某普法节目的理念是通过讲解法律案例、法律故事，让听众学到法律知识的同时，感受到案例、故事中的情感。但是在实际制作的过程中，讲解完法律案例、法律故事以后，便开始机械化地讲解法律知识。这样的节目内容是不充分的，是缺乏感情的。与频道的定位不符合，没有办法形成自己的特色，吸引目标听众。

2.1.2　传播主体专业化水平差

对于电台节目质量而言，主持人水平的高低将直接影响到节目的质量。在广播新闻传播发展的数十年来，主持人水平一直都是影响节目质量的重要因素。近年来，有些地方广播新闻媒体为了拉近与当地群众的距离，会选用专业主持人邀请地方人民群众、嘉宾的形式来制作节目。这种形式本意上是好的，但是受限于广播新闻的音频形式。节目播出的效果往往难以得到保证，以邀请当地人民群众为例，嘉宾或当地人民群众未受过专业化的播音训练，在录制节目的过程中，存在普通话不标准、方言口音重、用词不规范等问题。这让听众在收听节目的过程中，出现了听不懂的现象，在听众听到不合适的话语和词语时，就会产生抗拒心理，出现反效果。广播新闻与电视新闻不同，没有办法通过影像的形式，搭配字幕为听众提供辅助，因此要更加重视传播主体的专业化。

2.1.3　广播新闻缺乏产品化

在媒介融合视域下，互联网已经成为广播新闻传播的重要平台。现阶段，广播新闻传播缺乏产品化。许多听众在收听完广播新闻节目以后，想要了解更多的相关内容，发现在互联网渠道上根本找不到相关内容，对听众的收听体验造成了严重的影响。新时期，广播新闻的制作要具备专业化、产品化的特点。要求广播新闻的制作者要掌握相关理论与实践知识，明确传播目的和方向，将节目输出、产品化。广播新闻不仅要以音频的形式出现，还可以设立微信公众号，收录每期节目内容，帮助用户回顾；还可以在公众号中以图文、音频、视频的形式对节目内容进行补充，加强用户对广播新闻的依赖度。总而言之，只有专业化、产品化的广播新闻才能吸引更多的听众。

2.2　技术问题

技术作为推进广播新闻进步与发展的重要因素，需引起重视。如果技术存在问题的话，就会阻碍广播新闻的传播。

2.2.1　广播新闻入口单一

虽然在媒介融合视域下，传统广播新闻与网络及新媒体技术呈现出了融合趋势。但是，广播新闻还是存在着入口单一的问题。例如，车载广播用户在收听到车载广播中的线索征集讯息后，发现了相关线索，想提供给广播新闻媒体，却找不到相应的联系方式，只能通过再次收听广播新闻获取联系方式。这种入口单一导致的问题非常频繁，例如网络接入不稳定的地区就无法通过手机客户端收听节目，这种现象非常多见。因此要增加广播新闻的入口，推进入口与入口之间的共通性，通过一个关键词，就可以在各个平台上获取相应的信息，实现信息与信息之间的共通。[4]

2.2.2　平台推送方式单一

互联网音频平台通常会通过推送后台信息的方式向用户宣传节目信息。而这些标题往往缺乏新意，吸引不到用户的关注。常见的推送格式有：“您关注的 XX 节目更新了！”“XX 节目，XX 主持人，X 时 X 分正在放送中。”听众即使看到了这样的推送，也不想去看当期节目。虽然这样的通用推送格式能够节省大量的人力，但是传播效果是非常差的，也无法起到差异化传播的效果。随着网络信息技术的发展，推送也可以以图片结合播放按钮的形式出现。但是这种形式因为性能原因，可能会导致听众的智能终端产生卡顿，因此难以实现。

2.2.3　受众群体无法归类

不同的节目有着不同的受众，互联网与新媒体技术的发展使得节目能够根据听众的收听历史、收藏记录进行智能化推荐。根据用户的性别、年龄，不同节目的收听时间等内容，实现受众群体的有效归类，推进广播新闻与对应用户相匹配。但是现阶段，很多广播新闻媒体受限于技术因素，并没有办法达到这种程度，导致广播新闻传播效率大打折扣。

3. 媒介融合视域下广播新闻传播创新发展的路径

3.1　打造精品广播新闻传播内容

随着近年来广播新闻媒体的竞争日益剧烈化。越来越多广播新闻产品的出现，使得用户有了更多的选择。只有具有优质内容的精品广播新闻，才能在激烈的竞争中存活下来。现阶段，广播新闻产品存在着一个共同的问题，即涉及内容广、数量多、分类多，但是缺少对应领域的高质量、精品内容。因此，喜爱某一领域的受众群体就很难形成。这也是现阶段广播新闻传播听众流动性大的主要原因。在互联网音频平台中，存在着大量相似的内容，这些相似内容点击量为 0 的现象非常常见。对这种现象，要明确节目的定位，分析受众的画像，确保节目本身有特色、有特点，并且能够出品高质量的精品内容。[5]打造精品广播新闻传播内容也需要相应的投入，

不仅要重视人才的培养，更要重视资金的投入。要培养综合素质强的人才，即一个人能够胜任多项工作，在制作广播新闻内容时，能够游刃有余，不会因为缺乏哪方面经验或知识出现卡壳。

3.1.1 内容至上，树立品牌形象

对广播新闻产品而言，因为其音频形式的特殊性，其产品质量的要求相较于视频形式更高。这主要是因为视频可以通过视听等多重感官刺激，获取受众的注意力，提升受众的依赖度与忠诚度。但广播新闻却只能通过听这一种形式，为用户提供产品。因此要更加重视广播新闻产品的内容，要确保内容的深度与内容的价值。以民生新闻为例，在制作这类广播新闻产品时，就要积极地选取本土化新闻内容，喜欢收听这类新闻的听众大多热爱生活，对生活中的事件充满兴趣。因此，在制作新闻时，要对本地的热点新闻进行采集，并加以编辑，然后将热点新闻通过精炼的话语呈现给广大听众。党政新闻类型的广播新闻产品在制作时，可以设置专业的评论人对内容进行分析和解读，为听众解读最新的政策，了解我国正在发生的变化。车载新闻则要更加注重新闻的时效性，与当地交通部门联合，为广大汽车用户提供当地最新的交通讯息，并播报近日汽油价格变动，未来汽车行业发展趋势等他们喜欢的内容。提升用户对广播新闻的依赖度。

3.1.2 打造复合型人才

广播新闻的传播主体是主持人。因此主持人作为广播新闻的制作者、把关者，对广播新闻的节目质量有着重要的影响。主持人必须保持正能量的形象出现在广大听众面前，声音要清晰、饱满、充满活力。稿件播报清晰等都是基础的要求。同时，主持人还要具备相应的专业素养，即根据节目的类型调整自身的风格，针对民生新闻可以用一种幽默诙谐的语气和风格进行制作，针对党政新闻则要选择严肃、沉稳的语气和风格进行制作。在媒介融合的背景下，复合型人才不仅要掌控传统媒体的相关知识与技能，还要积极地学习网络与新媒体技术的最新趋势，了解广播新闻行业未来的发展趋势，推进广播新闻的有效传播。

3.2 推进广播新闻传播技术发展

在互联网时代，碎片化信息已经变得越来越多。针对这些碎片化信息，不同的用户有着不同的需求。越来越多的用户开始需要个性化、私人化的信息。移动电台、互联网音频平台的出现，则满足了我国居民的这类需求。媒介融合视域下要重视广播新闻传播技术的应用，推进其与传统媒体的有效结合，一是要打破传统媒体的形态，提升互动性；二是要利用传统媒体的专业性，稳固听众。

3.2.1 应用智能化新技术推进广播新闻传播

技术的发展为广播新闻的进步提供了巨大的动力，现阶段广播新闻传播中可以应用的新技术较多，例如大数据技术、人工智能技术、5G 技术等，都是推进广播新闻传播的重要动力。大数据技术和云计算技术可以收集广大听众的历史记录、收藏信息等，并对这些信息进行整合与分析，为用户提供更加符合需求的节目。5G 技术能够为用户提供更加优质的收听体验。在音频方面，近年来 3D 声音技术受到了广大用户的追捧与喜爱，这是因为 3D 技术能够为用户提供更加真实的听感，给用户一种身临其境的感觉。[6]

3.2.2 优化用户广播新闻音频收听体验

在推送上可以以图片与播放按钮相结合的形式，优化这方面的播放技术，为用户提供更加流畅的收听体验。根据用户类型，还要对广播新闻的节目效果予以优化，例如在播放当地新闻时，收听用户大多数是本地用户，因此可以采用一些本地方言，与当地特有的文化相结合，拉近与用户之间的距离。在故事的叙述方面，可以利用多种不同的声线与背景音乐，为用户提供更加真实的收听体验。

结语

本文主要分析了媒介融合视域下广播新闻传播的现状，并针对其中存在的问题进行了探究，在此基础上提出了相应的创新路径。受益于媒介融合的发展，广播新闻传播有了更加丰富的形式、载体与市场。在新时期，广播新闻媒体要抓住媒介融合带来的机遇，推出更多优质的广播新闻产品，才能稳固听众，推进广播新闻行业的健康可持续发展。媒

参考文献

[1] 葛晶 . 探究广播电视媒体在融媒体时代下的新闻短视频融合传播策略 [J]. 中国传媒科技，2021（5）：58–60.

[2] 张金萍 . 省级广电发展新媒体的融合创新之路——以广东广播电视台“触电新闻”为例 [J]. 传媒，2021（2）：40–42.

[3] 孙燕 . 融媒体时代广播电视新闻编辑转型策略 [J]. 中国传媒科技，2021（4）：78–80.

[4] 古俊杰 . 融媒体环境下广播电视新闻编辑的创新与发展 [J]. 新闻研究导刊，2021（7）：123–124.

[5] 黄晨昭 . 融媒体时代广播新闻编辑创新意识培养的研究 [J]. 西部广播电视，2021（9）：122–124.

[6] 刘明 . 融媒体时代广播电视新闻的采编策略研究 [J]. 记者摇篮，2021（3）：84–85.

作者简介：王晓冰（1970–），女，河南新蔡，本科，编辑，研究方向：广播编辑。

（责任编辑：张晓婧）